

PENGARUH MATA PELAJARAN BISNIS ONLINE, PENGGUNAAN *SMARTPHONE*, DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA SISWA KELAS XII BDP DI SMK NEGERI 1 SURABAYA

Moch Happy Shahrul Chabib

Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

mochchabib16080324071@mhs.unesa.ac.id

Raya Sulistyowati

Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

rayasulistyowati@unesa.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh mata pelajaran bisnis online, penggunaan *smartphone*, dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha siswa kelas XII BDP di SMK Negeri 1 Surabaya. Jenis penelitian menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif, dimana sampel dalam penelitian sebanyak 69 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan instrument penelitian yaitu kuesioner *online* menggunakan googleform yang disebarakan kepada murid kelas XII BDP SMK Negeri 1 Surabaya. Variabel mata pelajaran bisnis online (X_1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat siswa (Y). Variabel penggunaan *smartphone* (X_2) berpengaruh negatif terhadap minat siswa (Y) dan pemanfaatan media sosial (X_3) berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat siswa (Y). Secara simultan, mata pelajaran bisnis online (X_1), pemanfaatan media sosial (X_3), berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat siswa (Y) sedangkan penggunaan *smartphone* (X_2) berpengaruh negatif.

Kata kunci: pembelajaran bisnis online, penggunaan *smartphone*, media sosial, minat siswa

Abstract

This study aims to determine the effect of online business subjects, smartphone use, and use of social media on the entrepreneurial interest of BDP class XII students at SMK Negeri 1 Surabaya. This type of research is quantitative research. The sample used in the study was 69 respondents. The data collection technique used a research instrument, namely an online questionnaire using google forms which were given to students of class XII BDP at SMK Negeri 1 Surabaya. The online business subject variable (X_1) has a positive and significant effect on student interest (Y). The smartphone use variable (X_2) hurts student interest (Y) and the use of social media (X_3) has a positive and significant effect on student interest (Y). Simultaneously, online business subjects (X_1), social media utilization (X_3), have a positive and significant effect on student interest (Y) while smartphone use (X_2) has a negative effect.

Keywords: online business learning, smartphone use, social media, student interests

PENDAHULUAN

Perkembang zaman saat ini membuat pencari pekerjaan semakin susah sehingga banyak pengangguran di berbagai wilayah, terlebih di kota-kota besar seperti di Surabaya. Adanya pengangguran yang menyebabkan kemiskinan ini terjadi karena perbandingan antara jumlah lapangan pekerjaan yang dibutuhkan dengan jumlah total lulusan setiap tahunnya tidak seimbang. Namun itu semua sebenarnya bisadiperkecil dengan membuka usaha-usaha baru ataupun berwirausaha. Dalam website berita (www.jpnn.com) menjelaskan bahwa Indonesia memiliki wirausahawan berjumlah 0,18% dari seluruh penduduk di Indonesia. Hal ini dapat dikatakan bahwa Indonesia tertinggal jauh dari negara lain, karena negara yang memiliki wirausahawan berjumlah minimal 2% dari seluruh penduduknya dapat mempunyai perekonomian yang stabil dan lebih maju. Maka dari itu pengetahuan merupakan peran sangat penting dalam setiap kehidupan manusia. Pendidikan akan memberikan bekal pengetahuan dalam kewirausahaan.

Salah satu faktor yang berpengaruh pada minat seseorang dalam berwirausaha adalah pendidikan, karena dengan adanya pendidikan akan memberikan bekal pengetahuan dalam kewirausahaan. Dalam pendidikan di kurikulum 2013, menetapkan bisnis online sebagai mata pelajaran untuk SMK dalam kompetensi keahlian pemasaran mulai dari kelas 10 yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan megembangkan kemampuan siswa dalam bisnis online. Melalui pembelajaran bisnis online yang diajarkan diharapkan dapat menumbuhkan minat siswa untuk memulai usaha baik secara *off-line* maupun *online*. Minat berwirausaha yang muncul diharapkan dapat membentuk minat membuka usaha baru secara mandiri. Demikian juga dengan memberikan pengetahuan tentang bisnis online pada siswa merupakan hal strategis yang dapat dilakukan sebagai bagian untuk menciptakan minat berwirausaha kalangan siswa ketika lulus.

Pembelajaran bisnis online memberi pengetahuan dalam berbisnis secara daring tetapi memahami

penggunaan *smartphone* dan manfaat dari media sosial yang dapat digunakan untuk hal yang bermanfaat juga dapat memunculkan minat siswa dalam memulai usaha. Mata pelajaran bisnis online menjadi salah satu pelajaran pada kurikulum 2013 yang telah dikenalkan di SMK program keahlian pemasaran dan sudah diajarkan di kelas XII. Pembelajaran bisnis online berperan penting dalam menambah pengetahuan dan keterampilan individu untuk mandiri dalam memulai bisnis atau usaha yang lebih modern. Menurut Erfianto dkk (2015:54), menjelaskan bahwa diperlukannya pembelajaran bisnis online di SMK jurusan pemasaran yaitu dengan adanya pembelajaran bisnis online siswa tidak hanya belajar terkait pemasaran berbasis offline tetapi siswa juga belajar pemasaran berbasis online.

Kemajuan teknologi informasi saat ini seperti era sosio ekonomi baru, era digital dan revolusi industri membuat masyarakat harus dapat mengikuti perkembangan yang terjadi sekarang. Mengikuti perkembangan teknologi *smartphone* saat ini semakin majuyang ditawarkan pada masyarakat. *Smartphone* merupakan alat canggih dibuat menggunakan berbagai macam aplikasi dimana menyajikan berbagai informasi, berita, sosial media, dan masih banyak lagi (Nugraha,2013). Pada saat ini tercatat bahwa kurang lebih 45 juta orang telah menggunakan internet dalam kehidupan sehari-harinya, dimana 9 juta orang diantaranya menggunakan *smartphone* dalam mengakses internet. Fasilitas yang ada di dalam *Smartphone* bukan hanya terbatas pada fungsi telepon atau sms saja. *Smartphone* juga bisa dipakai sebagai alat pembelajaran dimana dengan *smartphone* seseorang bisa belajar hal-hal baru melalui isi ataupun aplikasi yang disajikan.

Menurut Garini (2013), "*smartphone* sebagai perangkat alat elektronik kecil yang memiliki banyak fungsi". *Smartphone* mempunyai berbagai macam fungsi untuk penggunaannya sehingga dapat memberikan berbagai kemudahan karena informasi-informasi dapat diakses lebih mudah jika tersambung dengan internet. Kemudahan yang dapat dirasakan oleh pengguna *smartphone* contohnya pengguna dapat menggunakan media sosial yang tidak terhalang oleh jarak dan waktu, pengguna mudah menyebarkan dan mendapatkan informasi sehingga dapat dikatakan bahwa *smartphone* tidak dapat terlepas kehidupan sehari-hari. *Smartphone* juga dapat mengambil gambar atau video dan merekam suara dan dapat mengirimnya yang dapat digunakan dalam kegiatan pembelajaran.

Menurut Kinyua, (2013) internet dan jaringan sosial bisa memungkinkan seseorang terhubung satu sama lain. Penting sebagai pengusaha dan pemasar untuk memahami bagaimana penggunaan internet dan ekspetasi penggunaannya. Media sosial juga bisa memberikan manfaat bagi seseorang untuk memulai berwirausaha, seperti dapat melihat seorang wirausahawan yang berhasil atau sukses sehingga dapat menjadi inspirasi untuk seseorang mulai berwirausaha, bisa mengetahui peluang pasar yang ada, bisa mencari relasi, dan memberi kemudahan pada bidang promosi yang lebih efisien dan efektif. Tidak hanya itu sosial media dapat mempermudah dalam perluasan pemasaran dan menjangkau konsumen. Manfaat dari

sosial media yang ada diharapkan bisa menumbuhkan minat siswa dalam kegiatan wirausaha. Namun dalam kenyataan yang ada, siswa menggunakan media sosial hanya sebagai kegiatan untuk berkomunikasi, berinteraksi, bermain-main, dan tidak memanfaatkannya untuk kegiatan wirausaha

Berwirausaha adalah usaha seseorang dalam membuat lapangan kerjanya sendiri, baik membuka usaha ataupun menciptakan sesuatu yang berbeda sehingga dapat meningkatkan perekonomian untuk dirinya ataupun untuk orang lain. Menurut pendapat dari (Suherman & Saiman, 2014) menyatakan bahwa Berwirausahaan merupakan upaya yang memiliki hubungan dan berkaitan dengan menciptakan kegiatan atau aktivitas usaha berdasarkan kemauan yang ada pada diri sendiri untuk mendirikan usaha dengan kemampuan yang dimilikinya.

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diuraikan diatas, panneliti memutuskan melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh mata pelajaran Bisnis Online, penggunaan *Smartphone* dan pemanfaatan Media Sosial terhadap minat berwirausaha siswa kelas XII BDP SMK Negeri 1 Surabaya.

H₁ Diduga pembelajaran bisnis online berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa kelas XII BDP di SMK Negeri 1 Surabaya

Alasan perlunya adanya pembelajaran bisnis online di SMK jurusan Pemasaran, dalam penelitian Erfianto dkk (2015:54) yaitu dengan pelajaran bisnis online yang melihat perkembangan bisnis menggunakan internet dapat memberikan dorongan kepada siswa untuk mempelajari bisnis secara *offline* dan bisnis secara *online*. Pembelajaran *Bisnis Online* merupakan kegiatan pendidikan untuk menyampaikan pengetahuan dan keterampilan berbisnis secara online kepada siswa. Mata pelajaran Bisnis Online merupakan salah satu pelajaran yang ada dalam kurikulum 2013 yang sudah diperkenalkan di SMK program keahlian Pemasaran dan sudah diajarkan mulai kelas XII. Pembelajaran Bisnis Online berperan penting dalam menambah pengetahuan dan keterampilan individu untuk mandiri dalam memulai bisnis atau usaha yang lebih modern.

Variabel pembelajaran bisnis online dapat diukur dengan indikator yaitu pendidikan di sekolah yang diterima oleh siswa, pengetahuan tentang bisnis, dan fasilitas belajar.

H₂ Diduga penggunaan *smartphone* berpengaruh terhadap minat terhadap minat berwirausaha siswa kelas XII BDP di SMK Negeri 1 Surabaya

Smartphone yaitu telepon yang mempunyai kinerja seperti *computer*, dimana *smartphone* mempunyai layar lcd besar dan sistem operasi dapat melakukan aplikasi-aplikasi secara umum (oxford, 2013). Hernawati (2012) menjelaskan bahwa *smartphone* merupakan perangkat yang mempunyai kemampuan untuk berkomunikasi seperti *computer*. Menurut Garini (2013), "*smartphone* sebagai perangkat alat elektronik kecil yang memiliki banyak fungsi". *Smartphone* mempunyai berbagai macam

fungsi bagi para penggunanya sehingga dapat memudahkan kegiatan sehari-hari.

Berbagai macam informasi yang dapat diakses menggunakan fasilitas yang ada di elektronik seperti *smartphone* yang dapat tersambung dengan internet. Kemudahan yang diberikan pada penggunaan *smartphone* dengan berbagai macam aplikasi yang unggulan, contohnya sosial media yang tidak terhalang oleh jarak dan waktu, pengguna mudah menyebarkan dan mendapatkan informasi sehingga dapat dikatakan bahwa *smartphone* tidak dapat terlepas kehidupan sehari-hari. *Smartphone* juga dapat mengambil gambar atau video dan merekam suara dan dapat mengirimnya yang dapat digunakan dalam kegiatan pembelajaran.

Variabel penggunaan *smartphone* dapat diukur dengan indikator yaitu keingintahuan, dan semua yang kita butuhkan dapat kita cari melalui *smartphone*.

H3 Diduga pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausahasiswa kelas XII BDP di SMK Negeri 1 Surabaya

Di saat mulai banyaknya pengguna media sosial dari waktu ke waktu, maka banyak pula seseorang yang memulai bisnisnya lewat sosial media. Media sosial yang dapat digunakan antara lain website, twitter, kaskus, akun perbelanjaan online, Instagram, Facebook, Whatshaap, dan lainnya. Menurut pendapat (Abdullah,2012) mejelaskan apabila merek atau suatu produk yang akan diluncurkan dipasaran, maka sosial media yang dapat dipakai untuk memberikan informasi yang miliki sifat membujuk dan membuat para pengikutnya ingin tahu. Nasrullah (2016), sosial media dan perangkat lunak menjadi alat untuk meningkatkan kecakapan para pengguna sosial media dalam berbagi, bekerja sama di penggunanya serta melakukan kegiatan secara bersama-sama terdapat diluar kerangka institusional. Sedangkan menurut Boyd (2016), mengartikan media sosial yaitu sekumpulan perangkat lunak memungkinkan seseorang atau sekelompok orang agar dapat berkumpul, berbagi, berkomunikasi, serta pada suatu kasus tertentu saling bekerjasama. Media sosial mempunyai kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana suatu ide-ide yang diciptakan oleh penggunanya, bukan diciptakan oleh editor sebagaimana di media massa.

Variabel pemanfaatan media sosial dapat diukur dengan indikator yaitu efektifitas media yang digunakan, penggunaan media sosial sebagai alat berkomunikasi dan informasi keberhasilan dalam menarik minat siswa untuk memulai berwirausaha

H4 Diduga pembelajaran bisnis online, penggunaan *smartphone*, dan pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap minat berwirausahasiswa kelas XII BDP di SMK Negeri 1 Surabaya

Berwirausaha yaitu usaha seseorang dalam menciptakan lapangan kerjanya sendiri, seperti membuat usaha ataupun memulai sesuatu yang baru agar dapat meningkatkan kebutuhan ekonomi bagi dirinya maupun bagi orang lain. Menurut Santoso (2012) Minat dalam

melakukan wirausaha yaitu ketertarikan, keinginan, dan kesediaan melakukan kerja keras atau berkeinginan keras dalam melakukan kegiatan usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa memiliki rasa takut dengan risiko yang dapat terjadi, serta selalu belajar dan pantang menyerah dari kegagalan pernah dialami. Alasan perlunya adanya mata pelajaran Bisnis Online di SMK jurusan Pemasaran, menurut Erfianto dkk (2015:54), menjelaskan bahwa diperlukannya pembelajaran bisnis online di SMK jurusan pemasaran yaitu dengan adanya pembelajaran bisnis online siswa tidak hanya belajar terkait pemasaran berbasis offline tetapi siswa juga belajar pemasaran berbasis online. Hernawati (2012) menjelaskan bahwa *smartphone* merupakan perangkat yang mempunyai kemampuan untuk berkomunikasi seperti *computer*.

Berdasarkan pada uraian tersebut, penulis ingin mengidentifikasi apakah mata pelajaran bisnis online, penggunaan *smartphone*, dan pemanfaatan media sosial memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha yang di gunakan dalam judul "Pengaruh Mata Pelajaran Bisnis Online, Penggunaan *Smartphone*, dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap minat Berwirausaha Siswa Kelas XII BDP di SMK Negeri 1 Surabaya"

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif deskriptif. Variabel dalam penelitian ini adalah ada dua yaitu variabel bebas terdiri dari mata pelajaran bisnis online, penggunaan *Smartphone*, dan pemanfaatan media sosial. Variabel terikat terdiri dari minat berwirausaha.

Dengan jumlah sampel yang diteliti sebanyak 69 siswa .Populasi yang terdapat pada penelitian ini yaitu siswa kelas 12 BDP SMK N 1 Surabaya. Lokasi penelitian dilakukan di Sekolah SMK Negeri 1 Surabaya.

Teknik dalam pengumpulan data yang ada di penelitian ini menggunakan cara dengan menyebarkan kuisioner *online* menggunakan *google form* <https://forms.gle/pP93qT5vhUbTuBmf7>, *Google form* tersebut diberikan kepada responden yang telah di tentukan oleh peneliti dengan menggunakan skala *Likert* yaitu 1-5, yang disebarikan pada seluruh siswa kelas 12 BDP di SMKN 1 Surabaya yang telah mengikuti pelajaran bisnis online berjumlah 69 siswa. Diketahui karakteristik populasi yang dipilih oleh penelitian adalah : 1) seluruh siswa yang ada di kelas 12 BDP di SMKN 1 Surabaya telah menempuh pembelajaran bisnis online.

Hasil dari uji validitas instrument adalah sebanyak 42 soal valid, dikarenakan semua r hitung $>$ r tabel yaitu 0,3061. Diketahui bahwa besarnya nilai Cronbach Alpha dari variabel pembelajaran bisnis online, penggunaan *smartphone*, pemanfaatan media sosial dan minat berwirausaha siswa memiliki nilai Cronbach Alpha $>$ 0,60. Sehingga unsur setiap variabel reliabel dan dapat digunakan sebagai pengukuran.

Teknik analisis data yang ada dalam penelitian ini merupakan data-data yang didapatkan dari responden tersebut kemudian diolah peneliti dengan memakai SPSS versi 25.0 *for windows* yang terdiri atas uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pengolahan data yang didapatkan dari responden murid kelas 12 di BDP SMK N 1 Surabaya. Peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 69 siswa. Kuesioner yang sudah dikasihka kepada responden berisi pernyataan-pernyataan. Dari koesioner yang telah dibagikan oleh peneliti maka didapatkan hasil tepat dengan sampel yang telah ditetapkan.

1. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini yaitu siswayang telah mendapatkan dan melakukan praktek menjual barang secara online pada mata pelajaran Bisnis Online. Kedua kelas tersebut telah melakukan proses berbisnis secara Online yang dilakukan pada saat responden duduk di kelas 10 semester genap. Barang yang mereka jual tentunya bersyarat hasil produksi sendiri. Responden melakukan praktek menjual barang secara online dilakukan secara kelompok. Responden pada penelitian ini adalah siswa kelas XII SMKN 1 Surabaya yang dibagi menjadi 2 kelas. Kelas XII BDP 1 beranggotakan 35 siswa dan kelas BDP 2 beranggotakan 34 siswa.

2. Uji Asumsi Klasik

Tabel 1. Uji Normalitas

| | Unstandardized Residual |
|------------------------|-------------------------|
| Asymp. Sig. (2-tailed) | 0,200 |

(Sumber: Diolah peneliti, 2020)

Berdasarkan pada SPSS 25 bisa dilihat nilai sig0,200 yang berarti > 0,05 dapat dinyatakan data terdistribusi dengan normal.

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

| Model | Tolarace | VIF |
|-------|----------|-------|
| X1 | 0,564 | 1,774 |
| X2 | 0,615 | 1,627 |
| X3 | 0,694 | 1,441 |

(sumber: Diolah peneliti, 2020)

Dari tabel diatas maka diketahui bahwa hasil dari uji multikolinieritas pada aplikasi SPSS versi 25.0 untuk nilai tolerance dan variabel. Baik variabel X1, X2, dan X3 memiliki nilai tolerance > 0,1 serta nilai VIF <10 yang menyatakan tidak terjadi gejala multikolonieritas.

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas

| Model | Tolarace | VIF |
|-------|----------|-------|
| X1 | -0,630 | 0,531 |
| X2 | -0,206 | 0,837 |
| X3 | -0,186 | 0,853 |

(sumber: Diolah peneliti, 2020)

Pada tabel yang dapat dilihat diatas menunjukkan bahwa semua variable mempunyai nilai yang < dari 0,05 dan bisa dinyatakan hasil uji tidak menunjukkan adanya gejala heterokedastisitas.

Tabel 4. Analisis Regresi Linier Berganda

| Model | B | Std. Error | t | Sig. |
|------------|--------|------------|--------|------|
| (Constant) | 15.038 | 5.751 | 2.615 | .011 |
| X1 | .435 | .161 | 2.705 | .009 |
| X2 | -.412 | .265 | -1.555 | .125 |
| X3 | .568 | .126 | 4.522 | .000 |

(sumber: Diolah peneliti, 2020)

$$Y = 15,038 + 0,435 X1 - 0,412 X2 + 0,568 X3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linier tersebut, maka bisa didapatkan beberapa pernyataan berikut ini: Konstanta 15,038 bernilai positif dapat diartikan apabila variabel bebas yaitu mata pelajaran bisnis online, penggunaan *smartphone* serta memanfaatkan sosial media sama dengan bernilai 0 (tidak ada perubahan) maka variabel minat siswa sebesar 15,038. Artinya apabila X1, X2 dan X3 tidak mengalami perubahan maka tetap adanya pengaruhminat siswa.

Nilai koefisien regresi variable mata pelajaran bisnis online (X1) sebesar 0,435 bernilai positif (+) yang berarti jika mata pelajaran bisnis online mengalami kenaikan satu tingkat, maka minat siswa mengalami kenaikan sebanyak 43,5%. Sedangkan nilai sig sebanyak 0,009<0,05 yang dapat ditunjukkan bahwa mata pelajaran bisnis online bernilai signifikanartinya memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha siswa.

Nilai koefisien regresi variable penggunaan *smartphone* sebesar -0,412 bernilai negatif (-) yang berarti jikapenggunaan *smartphone* kenaikan satu tingkat, maka nilai minat siswa dapat mengalami penurunan sebanyak - 41,2%. Sedangkan nilai sig sebanyak 0,125 menunjukkan bahwa penggunaan *smartphone* bernilai tidak signifikan yang tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha siswa.

Nilai koefisien regresi variable pemanfaatan media social (X3) sebanyak 0,568 bernilai positif berarti jika pemanfaatan media sosial mengalami kenaikan satu tigtak, maka minat siswa dapat mengalami peningkatan sebanyak 56,8%. Sedangkan nilai signifikansi sebanyak 0,000 < 0,05 yang menunjukkan pemanfaatan media social bernilai signifikan yang artinya memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha siswa.

Tabel 5. Uji Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square |
|-------|-------------------|----------|-------------------|
| | .654 ^a | .427 | .401 |

(sumber: Diolah peneliti, 2020)

Koefisien determinasi (R²) sebesar 0,427 atau 42,7%. Kontribusi variabel bebas pemanfaatan media sosial, penggunaan *smartphone*, dan mata pelajaran bisnis online terhadap minat siswa sebanyak 42,7% dan terdapat sisa sebanyak 57,3% dapat dijelaskan dengan variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penelitian.

H₁ Pengaruh mata pelajaran bisnis online terhadap minat berwirausaha

Tabel 6. Hasil Uji Persial (Uji t)

| Variabel | T | Sig. |
|------------------------------|-------|-------|
| Mata pelajaran Bisnis Online | 2,705 | 0,011 |

(Sumber: Diolah peneliti, 2020)

Hasil jawaban responden melalui hasil analisis hipotesis memiliki hubungan yang positif signifikan dan positif yaitu $2,705 >$ nilai t tabel yaitu $0,67828$ dengan nilai sig. $0,009 >$ $0,05$ dimana memiliki arti variabel mata pelajaran bisnis online diterima dan signifikan, sehingga variabel mata pelajaran bisnis online memiliki pengaruh signifikan serta positif terhadap minat siswa. Pada penelitian ini responden menyatakan bahwa dengan adanya pelajaran bisnis online siswa dapat belajar dan mengerti tentang dunia bisnis, mengetahui cara berjualan online.

Penelitian ini didukung dengan penelitian dari, Kusumajanto, dkk (2015) dengan mengikuti perkembangan dalam bisnis yang memakai internet dapat memberikan dorongan kepada murid jurusan pemasaran tak hanya belajar bisnis *offline* tetapi harus juga belajar bisnis secara *online*. Pernyataan tersebut juga didukung dengan penelitian yang dilakukan Spiller dan Tuten, (2015) bahwa dengan adanya program bisnis online, murid bisa ikut serta untuk menghadapi halang dan rintangan dalam bisnis *online*. Sehingga penelitian ini memberikan hasil yaitu H₁diterima dengan alasan variabelmata pelajaran bisnis onlinememiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat kegiatan wirausaha.

Variabel mata pelajaran bisnis online dapat diukur dengan 3 indikator yakni pendidikan di sekolah yang diterima oleh siswa, pendidikan di sekolah berperan memberi pengetahuan secara teoritis kepada siswa. Pengetahuan tentang bisnis, secara tidak langsung siswa bisa tertarik berwirausaha setelah mengerti bisnis dari pengetahuan yang di terimanya. Fasilitas belajar, alat yang digunakan untuk belajar mengajar dapat memberikan daya tarik tersendiri sehingga siswa dapat lebih memperhatikan, sehingga lebih cepat memahami apa yang telah dijelaskan.

H₂ Pengaruh penggunaan *smartphone* terhadap minat berwirausaha

Tabel 7. Hasil Uji Persial (Uji t)

| Variabel | T | Sig. |
|------------------------------|--------|-------|
| Penggunaan <i>Smartphone</i> | -1,555 | 0,125 |

(Sumber: Diolah peneliti, 2020)

Hasil uji t, diketahui t hitung yaitu $-1,555 >$ dari nilai t tabel $0,67828$ dengan nilai sig $0,125 >$ $0,05$ yang artinya variabel penggunaan *smartphone* tidak diterima, sehingga variabel penggunaan *smartphone* tidak mempunyai dampak dan pengaruh terhadap minat siswa.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Ramadhan, (2016) menunjukkan bahwa variabel *smartphone* mempunyai pengaruh tdak signifikan pada variable hasil usaha. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa

penggunaan *smartphone* terhadap minat berwirausaha pada siswa kelas XII BDP DI SMKN 1 Surabaya tidak dipengaruhi oleh penggunaan *smartphone* artinya para siswa dapat melakukan kegiatan berwirausaha tanpa pengaruh penggunaan *smartphone* yang digunakan.

Berdasarkan penelitian pada variabel penggunaan *smartphone* dapat diukur dengan 2 indikator yakni keingintahuan, semua yang kita butuhkan dapat kita cari melalui *smartphone*. Kebutuhan merupakan penggunaan *smartphone* sesuai dengan kebutuhan setiap individu, dimana setiap satu individu tidak sama dengan individu lainnya sehingga kebutuhan mereka juga berbeda. Sehingga penelitian ini memberikan hasil yaitu H₂ditolak dengan alasan variabelpenggunaan *smartphone* tidak memiliki pengaruh signifikan serta positif terhadap minat kegiatan wirausaha.

H₃ Pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha

Tabel 8. Hasil Uji Persial (Uji t)

| Variabel | T | Sig. |
|--------------------------|-------|-------|
| Pemanfaatan Media Sosial | 4,522 | 0,000 |

(Sumber: Diolah peneliti, 2020)

Hasil penelitian pada uji t, Nilait hitung yaitu $4,522 <$ dari nilai t tabel yaitu $0,67828$ ($4,522 >$ $0,67828$) dengan nilai sig $0,000 >$ $0,05$ artinya variabel pemanfaatan media sosial diterima dan signifikan, sehingga variabel pemanfaatan media sosial memiliki pengaruh signifikan serta positif terhadap minat siswa.

Penelitian ini didukung oleh penelitian ismlai, (2014) yang menjelaskan bahwa pada variabel media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel minat berwirausaha. Hasil dari penelitian tersebut dijelaskan bahwasannya variabel media sosialmendapatkan penilaian sangat baik dimata responden, dengan adanya media sosial dapat mempermudah untuk menjual produk atau jasa yang dijual, mencari alternative dan sumber informasi yang luas untuk mencari informasi baik materi bisnis online dan kegiatan berwirausaha. Media Sosial akan mempermudah seseorang jika ingin beriwruusaha karena tidak membutuhkan tempat untuk memasarka produk, membuat pamflet dan iklan di berbagai media cetak untuk mempromosikan produknya karena membutuhkan biaya mahal.

Penelitian pada variabel pemanfaatan media sosialdapat diukur dengan 4 indikator yaitu efektifitas media yang digunakan, penggunaan media sosial sebagai alat berkomunikasi dan informasi keberhasilan dalam menarik minat siswa untuk memulai berwirausaha. Jaringan internet merupakan system yang terhubung secara global dengan menggunakan paket internet untuk menghubungkan perangkat diseluruh dunia, sehingga akan lebih mudah memulai berbisnis jika ada jaringan internet untuk membantu memasarkan produk. Manfaat media sosial, dengan menggunakan media sosial dapat memberi manfaat positif dengan melihat cerita pebisnis muda yang sukses sehingga menimbulkan keinginan untuk memulai berbisnis sendiri. Keterampilan

merupakan kegiatan dalam menggunakan media sosial, seperti menambah pertemanan melalui media sosial dan berbisnis secara online atau memasarkan produk secara online. Sehingga penelitian ini memberikan hasil yaitu H_3 diterima dengan alasan variabel pemanfaatan media sosial mempunyai pengaruh signifikan serta positif terhadap minat berwirausaha

H₄ Pengaruh mata pelajaran bisnis online, penggunaan *smartphone* dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha

Tabel 9. Uji Simultan (Uji F)

| Model | F | Sig. |
|------------|--------|-------|
| Regression | 16,161 | 0,000 |

(Sumber: Diolah peneliti, 2020)

Berdasarkan tabel nilai F hitung memiliki jumlah 16,161. Hasil nilai yang terdapat diatas < dari nilai F tabel yaitu 2,75 dengan nilai signifikam 0,000 yang memiliki nilai > dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel mata pelajaran bisnis online, penggunaan *smartphone* dan mata pelajaran bisnis online mempengaruhi minat siswa secara bersama-sama.

Hasil pendidikan yang diterimanya dalam bangku sekolah diharapkan mampu menciptakan lapangan kerja dengan membuka usaha. Sehingga penelitian ini memberikan hasil yaitu H_4 diterima dengan alasan variabel mata pelajaran bisnis online, penggunaan *smartphone* dan pemanfaatan media sosial memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat kegiatan wirausaha.

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian membuktikan mata pelajaran Bisnis Online berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha siswa kelas XII BDP di SMKN 1 Surabaya. Penggunaan *smartphone* tidak signifikan secara parsial terhadap minat berwirausaha siswa kelas XII BDP di SMKN 1 Surabaya. Pemanfaatan media sosial berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha siswa kelas XII BDP di SMKN 1 Surabaya, dengan demikian penting bagi sekolah menyikapi hal ini dengan melakukan peninjauan pengetahuan yang terkait dengan pengembangan jiwa kewirausahaan. Berdasarkan dari penelitian mata pelajaran bisnis online, penggunaan *smartphone* dan pemanfaatan media social secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa kelas XII BDP di SMKN 1 Surabaya

DAFTAR PUSTAKA

Adha, Rahmanul Ismail. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha. *Skripsi*. Medan: Universitas Negeri Medan

Barakati, P.D. (2013). Dampak Penggunaan *Smartphone* dalam pembelajaran Bahasa Inggris. *Jurnal*. Universitas Sam Ratulangi

Daryanto (2018) *Pengantar Ilmu Kewirausahaan*. Cetakan pertama. Tsmart Printing

Dewi, D. P. (2017). Hubungan Karakteristik Smartphone Pada Perubahan Budaya Komunikasi Remaja Di RT 12 Kelurahan Sempaja Selatan Samarinda. Available : <http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp->

Gusti, Leni Afriani. Pengaruh Persepsi Siswa tentang Metode Guru Dalam Mengajar, Jiwa Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Siswa kelas XI Akuntansi SMK Negeri 1 Depok Tahun Ajaran 2014/2015. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta

Ghozali, imam.2016. aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit

Jagongo, Amborse, PhD. MKIM dan Kinyua, Catherine (May 2013) *The Social Media an Entrepreneurship Growth. International Journal of Humanities and Science*. Vol 3 No. 10 http://business.ku.ac.ke/images/stories/research/social_media.pdf-

Nasrullah, Rulli (2018). *Media Sosial (Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi)*. Cetakan ke-5. Bandung: Simbiosia Rekatama Media

Napitupulu, D. & Sutabri, T. (2019) *Sistem Informasi Dan Bisnis*. Yogyakarta. ANDI

Risky, Putri Damayanti. Pengaruh Media dan Motivasi Berwirausaha pada Mata Pelajaran Prakarya dan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas X Kompetensi Keahlian Administiras Perkantoran SMK Negeri 7 Yogyakarta Tahun Ajaran 2016/2071. *Skripsi*. Yagyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta

Sudjana, Nana. *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.

Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke-22. Bandung. Alfabeta

Sugiyono (2015). *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan ke-26. Alfabeta, cv.

Sharen Gifary dan iis Kurnia N. (2015) intensitas Penggunaan Smartphone terhadap Perilaku Komunikasi <http://ejournal.itb.ac.id>

Shofiana, Fadhilah. (2016) Pembelajaran Pemasaran Online, *Self Efficacy* dan Minat Berwirausaha Online Kelas XI Pemasaran SMK Negeri Surakarta. *Jurnal Universitas Sebelas Maret*

- W. Lawrance Neuman, *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, ter. Edina T. Sofia, (Jakarta: PT Indeks, 2015), hlm. 234-96
Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, h.130

